

Das Deutsche Absolventenbarometer 2007 – Business und Engineering Edition

Die Studie

*Erfolgskontrolle für das
Personalmarketing*

In diesem Jahr führte das Berliner **trendence** Institut zum neunten Mal die etablierte Studie *Das Deutsche Absolventenbarometer – Business und Engineering Edition* durch. Mit knapp 22.000 Studierenden, die zu ihren Präferenzen und Prioritäten rund um den Berufseinstieg befragt wurden, ist *Das Deutsche Absolventenbarometer 2007* nicht nur die größte, sondern auch die umfassendste Studie ihrer Art. Hauptziel der Untersuchung ist es, die Berufs- und Lebenspläne der kommenden Akademikergeneration, ihre Kommunikationsgewohnheiten und ihre Wahrnehmung der Attraktivität von Arbeitgebern zu erfassen und diese mit aktuellen sowie zukünftigen Trends in Beziehung zu setzen. Trotz der hohen Anzahl an Studierenden, die derzeit ihre Ausbildung an deutschen Hochschulen beenden, ist die Suche nach Top-Absolventen nach wie vor schwierig. Damit Arbeitgeber sich heute und in Zukunft in optimal darstellen können, bietet das **trendence** Institut mit dem *Absolventenbarometer* eine einzigartige Grundlage für die Positionierung von Employer Brands auf dem deutschen Arbeitsmarkt.

Kontext

*Zunehmende Nachfrage
nach Akademikern*

Der Berufsaussichten für Akademiker und das Selbstverständnis von Berufsanfängern der Wirtschafts- und Ingenieurwissenschaften haben sich im letzten Jahr deutlich geändert. Die positive Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt und die Präsenz des Fachkräftemangels in der Öffentlichkeit führen dazu, dass sich die Studierenden weniger Sorgen um ihre berufliche Zukunft machen als in den letzten Jahren. Nur 17 Prozent sind der Meinung, dass es in diesem Jahr schwierig sein wird, eine Arbeitsstelle zu bekommen. 2006 erwarteten dies immerhin noch mehr als die Hälfte der Befragten. Das gewonnene Selbstbewusstsein zeigt sich auch darin, dass die Mehrzahl der Studierenden und Absolventen nicht bereit ist, ihr Privatleben für die Karriere zurückzustellen. Mehr als 80 Prozent der Befragten empfinden Work-Life-Balance als sehr wichtigen oder wichtigen Faktor der Arbeitgeberwahl.

*Berufseinsteiger blicken
wieder optimistischer in
die Zukunft*

Eine sichere Anstellung ist für die Absolventen ebenfalls ein entscheidendes Kriterium bei der Wahl ihres künftigen Arbeitgebers. Ein Anteil von 49 Prozent der Befragten empfindet die Sicherheit der Anstellung als sehr wichtig und immerhin 38 Prozent als wichtig. Die Studierenden sind sich dabei bewusst, dass eine „lebenslange“ Unternehmenszugehörigkeit nicht mehr die Regel ist und Erwerbsbiographien heute durch mehrere Arbeitgeberwechsel und verschiedene Tätigkeitsbereiche geprägt sind. Die Befragten erwarten im Laufe ihres Berufslebens bei durchschnittlich sechs Arbeitgebern tätig zu werden und nach vier Jahren ihren ersten Arbeitgeber zu verlassen.

*Sicherheit als wichtiges
Kriterium der Arbeitgeberwahl*

Methode

Größte Studie in
Deutschland

- » Die Feldphase fand von März bis Juni 2007 statt.
- » Die Stichprobe setzt sich aus Studierenden im zweiten Studienabschnitt zusammen, die wirtschaftswissenschaftlichen sowie ingenieurwissenschaftlichen Studiengängen angehören. Der Stichprobenumfang beträgt 8.241 Studierende der Wirtschaftswissenschaften und 6.975 Studierende der Ingenieurwissenschaften.
- » Die Teilnehmer der Studie wurden von den kooperierenden Hochschulen per Brief eingeladen. Die Umfrage fand per anonymisiertem, passwordgeschütztem Onlinefragebogen statt.
- » Die Rücklaufquote beträgt 29,5 Prozent für die Business Edition und 26,0 Prozent für die Engineering Edition.

Auszüge aus den Ergebnissen der Studie

Auf den folgenden Seiten finden Sie Auszüge aus den Ergebnissen der Studie *Das Deutsche Absolventenbarometer – Business und Engineering Edition 2007*.

Der Arbeitsmarkt für den akademischen Nachwuchs wird von vielfältigen Faktoren beeinflusst. Diese Veränderungen spiegeln sich auch in unseren Studien wider. So unterliegt zum Beispiel das Ranking der attraktivsten Arbeitgeber – das als ein wichtiger Indikator für die Stärke der Employer Brand eines Unternehmens gesehen werden kann – signifikanten Veränderungen, die auch mit dem Selbstverständnis der Studierenden eng verknüpft sind..

Die Ergebnisse der Studie werden Unternehmen, Hochschulen und Studierenden zugänglich gemacht sowie in verschiedenen Medien veröffentlicht. Absolventen und Studierenden werden die Studienergebnisse in Form des Karrierebuchs *trendemployer* und der Website www.trendemployer.de zur Verfügung gestellt

Demografisches

Die befragten Wirtschaftswissenschaftler haben durchschnittlich 7,5 Semester (Ingenieure: 7,4 Semester) studiert und erwarten, noch 2,4 Semester (Ingenieure: 3,0 Semester) an der Universität zu verbringen. Ein Anteil von 18,2 Prozent der Studierenden der Wirtschaftswissenschaften strebt einen Bachelor-Abschluss an, 3,0 Prozent einen Master-Abschluss und 78,8 Prozent wollen ein Diplom machen.

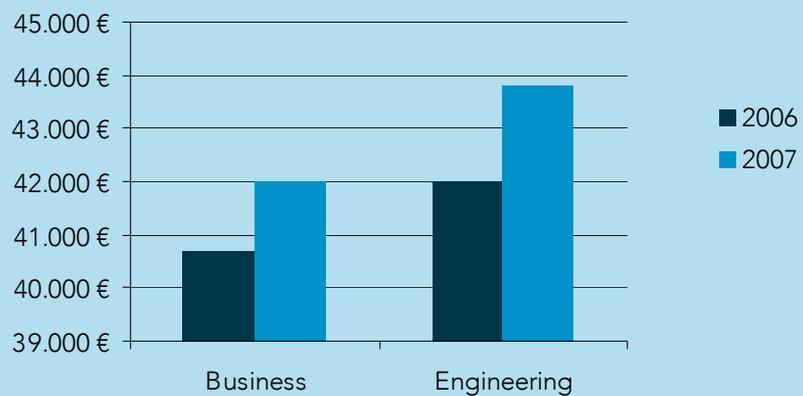
Die Teilnehmer der Studie sind zu 50,1 Prozent männlich und zu 49,9 Prozent weiblich (Wirtschaftswissenschaftler) bzw. zu 84,5 Prozent männlich und zu 15,5 Prozent weiblich (Ingenieure). Das Durchschnittsalter der Befragten beträgt 24,6 Jahre (Wirtschaftswissenschaftler) bzw. 24,4 Jahre (Ingenieure).

Arbeitszeit und Gehalt

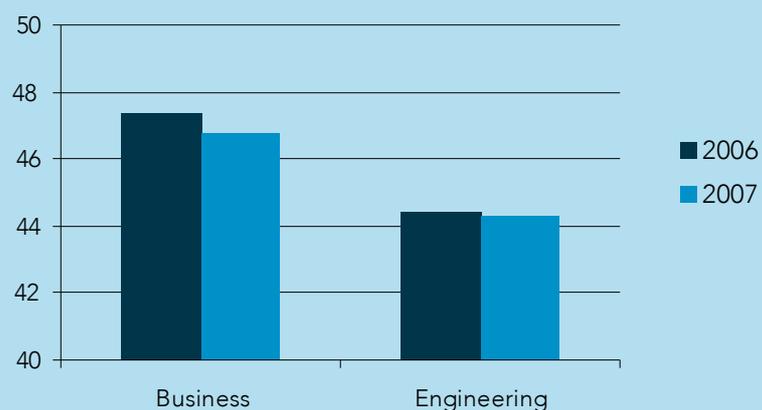
Befragte erwarten ein höheres Einstiegsgehalt als 2006

Gegenüber dem Vorjahr erwarten die Befragten eine geringere Wochenarbeitszeit und ein höheres Einstiegsgehalt. Fiel das erwartete Jahresgehalt 2006 mit durchschnittlich 40.200 Euro bei den Wirtschaftswissenschaftlern bzw. 42.000 Euro bei den Ingenieuren noch recht genügsam aus, erwarten die angehenden Absolventen 2007 mit 42.000 Euro bzw. 43.800 Euro wieder mehr Gehalt pro Jahr. Außerdem ist den Berufseinsteigern gegenüber einem langfristig hohen Verdienstpotezial ein gutes Einstiegsgehalt 2007 wieder relativ wichtiger.

Erwartetes Jahresgehalt



Erwartete Wochenarbeitszeit in Stunden

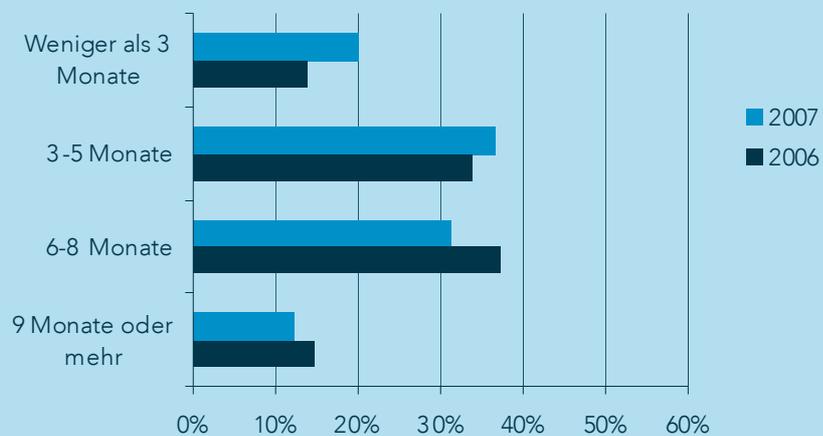


Arbeitsplatzsuche

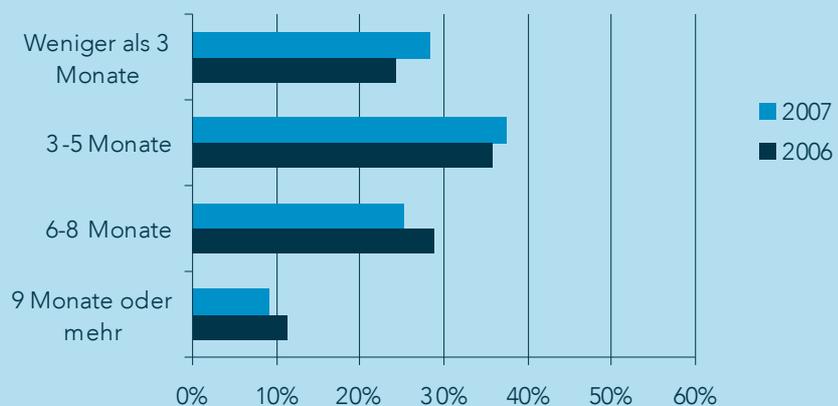
Studierende rechnen mit kürzerer Arbeitsplatzsuche als im letzten Jahr

Die positive Stimmung der Absolventen in Bezug auf ihren Berufseinstieg spiegelt sich auch in der erwarteten Dauer der Arbeitsplatzsuche wider. Im Durchschnitt rechnen die Absolventen mit einer geringeren Dauer der Arbeitsplatzsuche als noch im vergangenen Jahr. Außerdem gehen sie mit durchschnittlich 20 Bewerbungen davon aus, weniger Bewerbungen als im Vorjahr verschicken zu müssen.

(erwartete) Dauer der Arbeitsplatzsuche
Business Edition



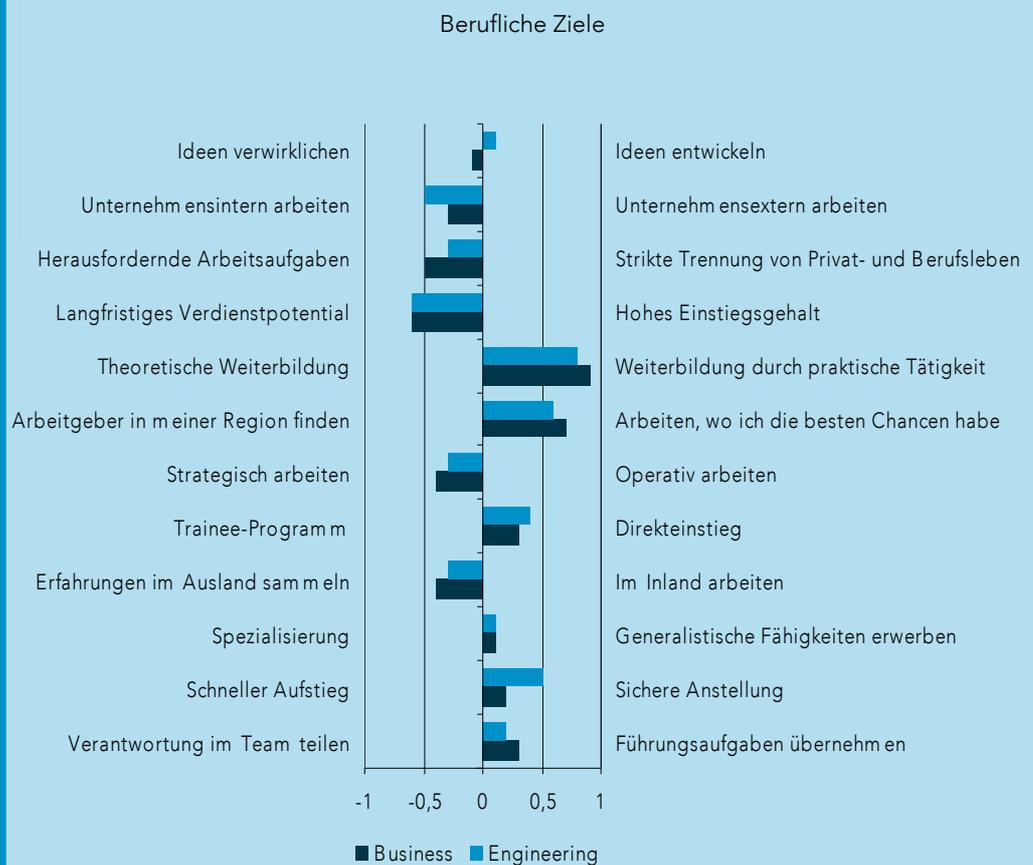
(erwartete) Dauer der Arbeitsplatzsuche
Engineering Edition



Berufliche Ziele

Mobil und leistungsorientiert

Die befragten Studierenden zeigen sich mobil, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. Sie wollen dort arbeiten, wo sie die besten Chancen haben und nehmen dafür auch in Kauf, einen Arbeitsplatz außerhalb ihrer Heimatregion anzunehmen. Es ist ihnen wichtig Erfahrungen im Ausland zu sammeln und sich durch praktische Tätigkeiten weiterzubilden. Herausfordernde Arbeitsaufgaben sind ihnen wichtiger als eine strikte Trennung von Privat- und Berufsleben.



Statements

Glaubwürdigkeit ist den Studierenden wichtig

Rund 85 Prozent der Studierenden geben an, dass ihnen die Glaubwürdigkeit eines Unternehmens als Faktor der Arbeitgeberwahl sehr wichtig ist. In diesem Zusammenhang wünschen sich die Absolventen ein authentisches Auftreten der Unternehmen in der Öffentlichkeit und eine Übereinstimmung zwischen Außenwahrnehmung und tatsächlicher Unternehmenskultur. Rund 63 Prozent der Befragten halten zudem die gesellschaftliche Verantwortungsübernahme von Unternehmen für sehr wichtig oder wichtig. 89 Prozent der Befragten geben an, Glück am Arbeitsplatz dann zu empfinden, wenn sie in der Arbeit Sinn finden. Rund 42 Prozent der Studierenden ingenieurwissenschaftlicher Studiengänge fühlen sich durch ihre Ausbildung optimal auf ihre berufliche Laufbahn vorbereitet.

Statements

Es spielt für mich eine Rolle, in einem Unternehmen zu arbeiten, das glaubwürdig auftritt.

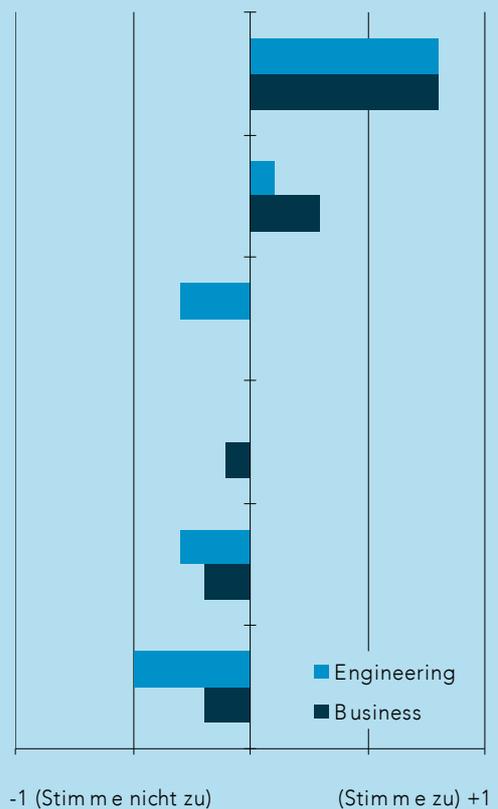
In den ersten Jahren nach Studienabschluss will ich mein Privatleben zugunsten einer Karriere zurückstellen.

Studierende sollten zu den Kosten für ihre Ausbildung einen Beitrag leisten.

Ich fühle mich durch meine Ausbildung optimal auf meine berufliche Laufbahn vorbereitet.

Aufgrund der wirtschaftlichen und/oder sozialpolitischen Bedingungen in Deutschland sehe ich im Ausland bessere Chancen für meine berufliche Zukunft.

Es wird schwer sein, 2007 eine Arbeitsstelle zu bekommen.



Top-Arbeitgeber – Deutsche Business Edition

 Business Edition
 Rangplätze 1 bis 25

Rang 2007	Unternehmen	Prozent 2007	Trend Rang	Rang 2006	Prozent 2006
1	BMW Group	11,4	➔	1	11,2
2	Porsche AG	10,0	➔	2	9,1
3	PricewaterhouseCoopers	7,8	↻	5	7,6
4	KPMG	7,7	↻	5	7,6
5	Ernst & Young AG	7,4	↻	4	8,0
6	Deutsche Lufthansa AG	7,3	↻	8	6,5
7	adidas AG	7,0	➔	7	6,7
8	AUDI AG	6,8	➔	8	6,5
9	Deutsche Bank AG	6,0	↻	11	6,1
10	DaimlerChrysler AG	5,7	➔	10	6,4
11	Auswärtiges Amt	5,2	↻	12	5,4
12	Siemens AG	5,0	↻	3	8,3
13	IKEA Deutschland	4,9	↻	14	4,6
14	McKinsey & Company	4,8	↻	13	5,0
15	L'Oréal Deutschland	4,2	➔	15	4,2
16	Procter & Gamble	3,9	↻	18	3,6
17	BCG The Boston Consulting Group GmbH	3,5	↻	16	3,8
17	Coca-Cola	3,5	↻	32	2,6
17	SAP	3,5	↻	21	3,5
17	TUI AG (World of TUI)	3,5	↻	30	2,7
21	Deloitte	3,4	↻	18	3,6
21	Puma AG	3,4	↻	18	3,6
23	Beiersdorf AG	3,3	➔	23	3,3
23	Tchibo GmbH	3,3	↻	27	2,8
25	Unilever	3,0	↻	23	3,3



Business Edition
Rangplätze 26 bis 50

26	Bertelsmann AG	2,9	↑	36	2,3
26	Robert Bosch GmbH	2,9	↓	16	3,8
28	HUGO BOSS AG	2,8	↑	30	2,7
28	Volkswagen AG	2,8	↓	25	3,2
30	ProSiebenSat.1 Media AG	2,6	↓	25	3,2
31	European Central Bank	2,5	↓	22	3,4
32	METRO Group	2,3	↑	33	2,5
33	Dr. Oetker	2,2	↑	55	1,5
33	E.ON	2,2	↑	36	2,3
33	Fraport AG	2,2	↑	48	1,8
36	Bayer	2,0	↑	43	2,0
36	Deutsche Bundesbank	2,0	↓	33	2,5
36	IBM Deutschland GmbH	2,0	↑	52	1,7
36	KfW Bankengruppe	2,0	↓	33	2,5
36	Peek & Cloppenburg KG Düsseldorf	2,0	↑	44	1,9
36	Roland Berger Strategy Consultants	2,0	↑	41	2,1
42	BASF Aktiengesellschaft	1,9	↓	36	2,3
42	Henkel	1,9	↓	39	2,2
42	Sony Deutschland GmbH	1,9	↑	48	1,8
45	ALDI SÜD	1,8	↓	27	2,8
45	DHL	1,8	↓	44	1,9
45	Nestlé Deutschland AG	1,8	↓	41	2,1
45	ThyssenKrupp AG (Konzern)	1,8	↓	44	1,9
45	UBS	1,8	↑	72	1,1
50	Allianz Deutschland AG	1,7	↓	27	2,8
50	Commerzbank AG	1,7	↓	48	1,8
50	Sparkassen-Finanzgruppe	1,7	↓	39	2,2
50	Thomas Cook AG	1,7	↑	72	1,1



Business Edition
Rangplätze 54 bis 80

54	Accenture	1,6	↑	67	1,2
54	DOUGLAS-Gruppe	1,6	↑	67	1,2
54	RWE AG	1,6	↑	67	1,2
57	Deutsche Bahn AG	1,5	↑	61	1,3
57	Deutsche Börse AG	1,5	↓	44	1,9
59	Goldman, Sachs & Co. oHG	1,4	↓	48	1,8
59	JPMorgan	1,4	↓	55	1,5
59	ZDF	1,4	↓	54	1,6
62	CREDIT SUISSE GROUP	1,3	↑	72	1,1
62	Merrill Lynch International Bank Limited	1,3	↓	61	1,3
64	ARD	1,2	↓	61	1,3
64	Axel Springer AG	1,2	↓	59	1,4
64	Bain & Company	1,2	↑	72	1,1
64	Dresdner Bank AG	1,2	↑	83	0,9
64	EADS	1,2	↓	52	1,7
64	Kraft Foods Deutschland GmbH	1,2	↓	61	1,3
64	Microsoft Deutschland GmbH	1,2	↑	72	1,1
64	Morgan Stanley	1,2	↓	61	1,3
64	otto group	1,2	↑	67	1,2
73	GfK Aktiengesellschaft	1,1	↓	59	1,4
73	GTZ Dt. Ges. für Technische Zusammenarbeit	1,1	↓	55	1,5
73	HypoVereinsbank	1,1	↑	99	0,6
73	Masterfoods GmbH	1,1	↑	83	0,9
73	Münchener Rückversicherung	1,1	↑	80	1,0
73	RHÖN-KLINIKUM AG	1,1	↑	94	0,7
73	Schenker Deutschland AG	1,1	↓	67	1,2
80	Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG	1,0	↔	80	1,0
80	Nokia GmbH	1,0	NEU	--	--



Business Edition
Rangplätze 82 bis 98

82	Bahlsen	0,9	↑	87	0,8
82	Deutsche Post	0,9	↓	55	1,5
82	Deutsche Telekom	0,9	↓	72	1,1
82	Horváth & Partners Management Consultants	0,9	↑	87	0,8
82	MAN Gruppe	0,9	↑	104	0,5
82	Shell	0,9	↑	99	0,6
82	Vodafone	0,9	↓	80	1,0
89	BBDO Group Germany GmbH	0,8	↓	87	0,8
89	Kienbaum Consultants International	0,8	↑	94	0,7
89	LIDL	0,8	↓	72	1,1
89	Novartis Pharma	0,8	↓	72	1,1
89	Pfizer Deutschland GmbH	0,8	↓	83	0,9
89	Rödl & Partner	0,8	↓	87	0,8
89	Vattenfall	0,8	NEU	--	--
89	WestLB AG	0,8	↓	87	0,8
89	ZF Friedrichshafen AG (inkl. Sachs)	0,8	↑	94	0,7
98	AXA Konzern AG	0,7	↑	99	0,6
98	BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH	0,7	↑	104	0,5
98	DATEV eG	0,7	↓	61	1,3
98	Hewlett-Packard GmbH	0,7	↓	87	0,8
98	REWE Group	0,7	↑	104	0,5

Top-Arbeitgeber – Deutsche Engineering Edition

 Engineering Edition
 Rangplätze 1 bis 25

Rang 2007	Unternehmen	Prozent 2007	Trend Rang	Rang 2006	Prozent 2006
1	BMW Group	18,8	➡	1	18,3
2	AUDI AG	17,1	⬆	4	15,9
3	Porsche AG	16,9	⬇	2	17,6
4	Siemens AG	13,9	⬇	3	16,6
5	DaimlerChrysler AG	10,3	➡	5	9,6
6	EADS (Airbus, Eurocopter, EADS Astrium, Military Transport Aircraft, Defence & Security Systems)	7,2	⬆	7	8,4
7	Lufthansa Technik AG	6,3	⬆	8	6,6
8	Fraunhofer-Gesellschaft	6,1	⬆	9	6,1
8	Robert Bosch GmbH	6,1	⬇	6	8,6
10	Bosch Rexroth AG	5,8	⬆	14	3,5
11	Volkswagen AG	5,2	⬇	10	5,6
12	ThyssenKrupp AG (Konzern)	4,4	➡	12	4,2
13	Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V. (DLR)	4,3	⬇	11	4,9
14	E.ON	3,8	⬇	13	3,9
15	BASF Aktiengesellschaft	3,6	⬇	14	3,5
16	RWE AG (inkl. RWE Energy, RWE Power)	3,3	⬆	18	3,1
17	ABB AG	3,1	⬆	18	3,1
18	MAN Gruppe	2,9	⬇	17	3,2
19	ESA European Space Agency	2,7	⬆	20	3,0
20	AMD in Dresden	2,5	⬆	21	2,9
20	Bayer	2,5	⬇	14	3,5
20	Max-Planck-Gesellschaft	2,5	NEU	--	--
23	Carl Zeiss	2,4	⬆	40	1,4
24	ZF Friedrichshafen AG (inkl. Sachs)	2,2	⬆	25	2,1
25	Philips	2,1	⬇	22	2,4



Engineering Edition
Rangplätze 26 bis 52

26	Vattenfall Europe	1,9	↑	27	2,0
27	Deutsche Bahn AG	1,8	↑	28	1,9
27	IBM Deutschland GmbH	1,8	↑	31	1,7
27	Infineon Technologies AG	1,8	↓	24	2,2
27	McKinsey & Company	1,8	↑	34	1,6
27	Rolls-Royce Deutschland Ltd & Co KG	1,8	↓	23	2,3
32	Continental AG (inkl. Continental, Continental Teves, Continental Temic & ContiTech)	1,6	↑	40	1,4
32	KUKA Group (KUKA Schweissanlagen GmbH und KUKA Roboter GmbH)	1,6	↑	62	1,0
32	MTU Friedrichshafen GmbH	1,6	↓	25	2,1
32	Nokia GmbH	1,6	↑	67	0,9
36	Bombardier Transportation GmbH	1,5	↑	62	1,0
36	Dräger	1,5	↓	29	1,8
36	Festo AG	1,5	↑	40	1,4
36	Schaeffler Gruppe (INA • FAG • LuK)	1,5	↑	48	1,2
36	Sony Deutschland GmbH	1,5	↓	29	1,8
36	The Linde Group	1,5	↑	37	1,5
42	ALSTOM LHB GmbH	1,4	↑	45	1,3
42	BCG The Boston Consulting Group GmbH	1,4	↓	40	1,4
42	SAP	1,4	↑	48	1,2
42	Shell	1,4	↑	48	1,2
42	Voith AG	1,4	↓	37	1,5
47	Roche Diagnostics	1,3	↓	37	1,5
47	Rohde & Schwarz	1,3	↓	40	1,4
47	Sennheiser electronic GmbH & Co. KG	1,3	↑	48	1,2
47	Trumpf Werkzeugmaschinen GmbH + Co. KG	1,3	↑	57	1,1
47	TÜV Rheinland Group	1,3	↓	31	1,7
52	Degussa GmbH	1,2	↓	48	1,2



Engineering Edition
Rangplätze 52 bis 80

52	Fraport AG	1,2	U	34	1,6
52	JENOPTIK AG	1,2	U	81	0,7
52	Procter & Gamble (inkl. Wella, Gillette, Braun)	1,2	U	31	1,7
56	EnBW Energie Baden-Württemberg AG	1,1	U	48	1,2
56	Heidelberger Druckmaschinen AG	1,1	U	57	1,1
56	John Deere	1,1	U	48	1,2
56	Liebherr-International Deutschland GmbH	1,1	U	57	1,1
56	Unilever	1,1	U	45	1,3
61	Andreas Stihl AG & Co. KG	1,0	U	73	0,8
61	Enercon GmbH	1,0	U	62	1,0
61	Ford-Werke GmbH	1,0	U	73	0,8
61	Hella KGaA Hueck & Co.	1,0	U	48	1,2
61	Henkel	1,0	U	67	0,9
61	HOCHTIEF Aktiengesellschaft	1,0	NEU	--	--
61	IAV GmbH Ingenieurgesellschaft Auto und Verkehr	1,0	U	73	0,8
61	Merck KGaA	1,0	U	57	1,1
61	Nestlé Deutschland AG	1,0	U	34	1,6
61	TÜV SÜD AG	1,0	U	67	0,9
71	Adam Opel GmbH	0,9	U	67	0,9
71	Bertrandt AG	0,9	U	94	0,5
71	BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH	0,9	U	94	0,5
71	CLAAS KGaA mbH	0,9	U	73	0,8
71	DHL	0,9	NEU	--	--
71	General Electric Company	0,9	U	45	1,3
71	Hilti Deutschland GmbH	0,9	U	94	0,5
71	Microsoft Deutschland GmbH	0,9	U	87	0,6
71	Texas Instruments Deutschland GmbH	0,9	U	73	0,8
80	Beiersdorf AG	0,8	U	73	0,8



Engineering Edition
Rangplätze 80 bis 98

80	Brose Fahrzeugteile GmbH & Co. KG	0,8	U	67	0,9
80	BWB, Bundesamt für Wehrtechnik und Beschaffung	0,8	U	62	1,0
80	CISCO	0,8	U	73	0,8
80	Dekra Automobil GmbH	0,8	U	73	0,8
80	Deutsche Telekom (inkl. T-Com, T-Mobile, T-Systems)	0,8	U	62	1,0
80	Ferchau Engineering GmbH	0,8	G	94	0,5
80	Fresenius AG	0,8	U	48	1,2
80	OSRAM GmbH	0,8	G	81	0,7
89	Fendt	0,7	U	57	1,1
90	DIEHL	0,6	U	67	0,9
90	Hewlett-Packard GmbH	0,6	U	81	0,7
90	Krones AG	0,6	U	87	0,6
90	MAHLE Gruppe	0,6	G	94	0,5
90	o2	0,6	G	111	0,4
90	Salzgitter AG	0,6	NEU	--	--
90	Viessmann Werke GmbH & Co KG	0,6	U	87	0,6
90	Wacker Chemie AG	0,6	U	81	0,7
98	Accenture	0,5	U	94	0,5
98	Benteler AG	0,5	U	94	0,5
98	EDAG Engineering + Design AG	0,5	U	94	0,5
98	Ericsson GmbH	0,5	G	111	0,4
98	Jungheinrich AG	0,5	G	111	0,4
98	Miele & Cie. KG	0,5	U	94	0,5
98	Motorola GmbH	0,5	U	87	0,6
98	SEW-EURODRIVE GmbH & Co KG	0,5	U	94	0,5
98	SKF GmbH	0,5	U	94	0,5
98	Vaillant GmbH	0,5	U	94	0,5

Weitere abgefragte Themenbereiche

Neben den vorgestellten Themenbereichen gibt die Studie *Das Deutsche Absolventenbarometer 2007 – Business und Engineering Edition* unter anderem Antworten auf folgende Fragen:

» Arbeitgeberattraktivität/Markenbildung

Wie bekannt, attraktiv bzw. top-attraktiv sind einzelne Unternehmen? Welche Eigenschaften bewirken den großen bzw. weniger großen Erfolg von Employer Brands?

» Kommunikation

Welche Medien eignen sich zur Durchführung effizienter Personalmarketing-Kampagnen? Welche Bedeutung spielen Personalmarketing-Kampagnen bei der Steigerung der Arbeitgeberattraktivität?

» Karriere

Welche Kriterien motivieren die Arbeitgeberwahl? Welche beruflichen Ziele haben Absolventen?

» Demografie

Welche Qualifikationen und persönlichen Stärken zeichnen die Absolventen aus? Welche Meinungen und Einstellungen herrschen unter Absolventen?

Neben der Business und Engineering Edition veröffentlichen wir in unserer Studienreihe *Das Absolventenbarometer* die Law und die IT Edition. Darüber hinaus stehen in der Studie *European Student Barometer* Daten auf europäischer Ebene zur Verfügung.

Kontakt

Um mehr über die abgefragten Themenbereiche und deren Nutzen für ein effizienteres Personalmarketing zu erfahren, kontaktieren Sie uns bitte!

trendence Institut GmbH

Kochstraße 27

10969 Berlin

Telefon: +49 30 259 29 88-0

Telefax: +49 30 259 29 88-902

www.trendence.com